

# Sumário

---

Agradecimentos à 1ª edição .....	VII
Agradecimentos à 2ª edição .....	IX
Prefácio à 1ª edição .....	XI
Prefácio à 2ª edição .....	XVII

<b>I. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
1.1. Posicionamento do Direito quando da Revolução Industrial .....	2
1.2. Internet – questionamentos preliminares .....	5
1.3. O Comércio Eletrônico e sua linguagem .....	6
1.4. O Comércio Eletrônico e a cultura eletrônica .....	8
1.5. Os ramos do Direito disciplinares do Comércio Eletrônico .....	9
1.6. Propósitos .....	10
1.7. Metodologia do presente trabalho .....	12
1.8. Novos ramos do Direito .....	13
1.9. Desenvolvimentos legislativos nacionais acerca do Comércio Eletrônico .....	15
1.10. Desenvolvimentos internacionais acerca do Comércio Eletrônico ...	15
1.11. O Código Civil de 2002 .....	15
1.12. B2B e B2C .....	17

<b>2. INTERNET</b>	<b>19</b>
2.1 Histórico da Rede	23
2.2. Histórico da Rede no Brasil	25
2.3. Tecnologia da informação	26
2.4. Explosão de uso da Internet	30
2.5. A internet nos tribunais	33
<b>3. COMÉRCIO ELETRÔNICO</b>	<b>37</b>
3.1. Segurança no Comércio Eletrônico	44
3.2. Lojas virtuais	46
3.3. Leilões	47
3.4. Sites de Compra Coletiva	48
3.5. Estabelecimento virtual	48
3.6. Arquitetura da Rede	53
<b>4. INICIATIVAS LEGISLATIVAS BRASILEIRAS SOBRE COMÉRCIO ELETRÔNICO EM SENTIDO AMPLO</b>	<b>57</b>
4.1. Projetos de Lei sobre Comércio Eletrônico	57
4.2. Comércio Eletrônico de medicamentos	67
<b>5. INICIATIVAS INTERNACIONAIS RELATIVAS A COMÉRCIO ELETRÔNICO EM SENTIDO AMPLO</b>	<b>69</b>
5.1. Lei Modelo da Uncitral sobre o Comércio Eletrônico	70
5.2. Organização Mundial do Comércio (OMC)	75
5.3. Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico (OECD)	78
5.4. Global Information Infrastructure Commission	80
5.5. International Chamber of Commerce (ICC)	80
5.6. Consumers International (CI)	81
5.7. Comunidade Europeia	81
5.8. Asia-Pacific Economic Cooperation	84
5.9. The Nordic Consumer Ombudsman	84
5.10. Association of Southeast Asian Nations (Asean)	85

5.11. Legislação estrangeira em vários países .....	85
5.12. Seria a <i>E-Lex Mercatoria</i> a solução? .....	112
<b>6. PRIVACIDADE .....</b>	<b>121</b>
6.1. Conceito .....	121
6.2. Necessidade de proteção .....	126
6.3. Spams .....	134
6.4. Worms .....	145
6.5. Confidencialidade da mensagem eletrônica .....	146
<b>7. DOCUMENTO ELETRÔNICO E SUA PROVA .....</b>	<b>149</b>
7.1. Documento eletrônico .....	149
7.2. Documento eletrônico como meio de prova .....	151
7.3. Força probante do documento eletrônico .....	157
7.4. Assinatura eletrônica .....	160
7.5. Criptologia .....	162
7.5.1. Autoridade Certificadora e Certificado Digital .....	164
7.5.1.1. Quem pode ser Autoridade Certificadora? .....	167
7.5.1.2. Medida Provisória nº 2.200/2001 .....	168
<b>8. CONTRATOS ELETRÔNICOS .....</b>	<b>173</b>
8.1. Princípios fundamentais do Direito Contratual .....	178
8.2. Requisitos do contrato tradicional em contrapartida ao eletrônico... ..	179
8.3. Forma do contrato eletrônico .....	182
8.4. Partes no contrato eletrônico .....	182
8.4.1. Partes intermediárias .....	185
8.5. Objeto lícito .....	185
8.6. Formação dos contratos eletrônicos .....	186
8.6.1. Proposta .....	187
8.6.1.1. Contratação entre ausentes e entre presentes .....	191
8.6.2. Aceitação .....	195
8.7. Lugar da formação do contrato .....	199
8.8. Consentimento eletrônico .....	202

8.9. Pagamento eletrônico .....	203
8.9.1. O dinheiro eletrônico .....	804
8.9.2. Transferência Eletrônica de Fundos .....	206
8.9.3. Pagamento Mediante Cartão de Crédito .....	206
8.10. Os contratos “clickwrap” .....	207
8.11. Contratos Informáticos .....	207
8.11.1. Contratos Informáticos propriamente ditos .....	207
8.11.2. Contratos de “hardware” .....	208
8.11.3. Contratos de “software” .....	209
8.12. A lei aplicável para dirimir conflitos .....	210
8.12.1. A tentativa de uniformização .....	214
8.12.2. Elementos de conexão .....	218
 <b>9. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO .....</b>	<b>221</b>
9.1. Sujeitos do comércio eletrônico B2C .....	228
9.2. Provedor de Internet .....	230
9.3. Direitos do consumidor eletrônico .....	236
9.4. Propaganda e publicidade .....	237
9.5. Oferta .....	243
9.6. A comprovação das ordens e do recebimento do produto ou do serviço pelo adquirente .....	249
9.7. Arrependimento .....	250
9.8. Descumprimento de prazos contratuais .....	259
9.9. Celebração do contrato eletrônico de consumo .....	260
9.10. As cláusulas abusivas no comércio eletrônico .....	261
9.10.1. Da coerção das cláusulas abusivas pelo Código Civil de 1916... ..	265
9.10.2. As cláusulas abusivas em outros diplomas legais .....	266
9.10.3. Contratos de adesão .....	275
9.10.4. Cláusulas abusivas no Comércio Eletrônico .....	279
9.11. Serviço de Atendimento ao Cliente .....	280
9.12. Cuidados por parte do consumidor .....	281

10. CONCLUSÃO .....	285
Bibliografia .....	303